



Presse-Information

Das Design der neuen Horex

„Die Essenz des Motorrads gestalten“

Am Erscheinungsbild der neuen Horex wird der Kern der neuen Marke Horex sichtbar: Sie zeigt ein Design, das die Tradition dieser Marke respektiert und den Mut hat, sich auf das Wesentliche – den VR-Motor als Herz – zu konzentrieren. Das neue Motorrad aus Deutschland setzt auf klare Linien, hochwertige Materialien und liebevolle Markendetails. Damit positioniert sich die neue Horex als Roadster – stilistisch an klassischen Ikonen orientiert –, der zu einer eigenständigen, modernen und selbstbewussten Formensprache gefunden hat.

„Dieses Design wird polarisieren“, ist sich Clemens Neese, CEO der Horex GmbH, sicher. „Die neue Horex ist in ihrem Bekenntnis zu klaren Formen geradezu radikal – damit unterscheiden wir uns deutlich von aktuellen Motorradstylings, die häufig ultra-aggressiv oder extrem überladen wirken.“ Sie ist aber auch kein Retrobike – obwohl der Tradition einer legendären, historischen Motorradmarke verpflichtet: „Das neue Motorrad muss eine innovative und in die Zukunft gewandte Horex werden“ – so die Vorgabe des Horex Teams an Peter Naumann, selbstständiger Industriedesigner und Professor für Design an der Hochschule München. „Eine echte Herausforderung für einen motorradbegeisterten Designer“, findet Naumann. „Aber auch ein großes Glück!“

Bevor er sich ans Werk machte, stand die Historie im Mittelpunkt. „Horex war zu Recht eine beliebte und verehrte Kultmarke, ihrer



Zeit weit voraus und damals für viele ein unerfüllter Traum. Für uns resultierte daraus heute die eindeutige Aufgabe, mit dieser Tradition verantwortungsvoll umzugehen“, sagt Naumann. Gemeinsam mit seinem Team beschäftigte sich der Designer intensiv mit der Marke, besuchte Oldtimertreffen, ging in Museen, schaute sich die legendären Modelle genau an. Die Arbeit an der neuen Horex startete er mit einem durchaus ungewöhnlichen Schritt: „Wir haben zunächst alte Horex Modelle nachgezeichnet, um den Esprit dieser Motorräder zu erfassen.“

Der Horex Weg: gereiftes Design

Daraus entwickelte sich über mehrere Stufen eine eigene Vorstellung davon, wie eine neue Horex aussehen könnte – ohne jedoch die historischen Maschinen zu kopieren oder Details herauszulösen. Auch hier hat das Horex Team einen anderen als den in dieser Branche üblichen Weg beschritten: Für die Designentwicklung wurde so viel Zeit eingeplant, dass immer wieder genügend Raum für Reflexionsschleifen und die nötige Distanz zu den Entwürfen blieb. „So konnte das Design reifen, die letztlich ‚richtigen‘ Formen setzten sich durch.“ Ganz persönlich, sagt Naumann, kam ihm dieser Prozess sehr entgegen: „Ich bin durch meine Arbeiten für die Motorradindustrie heute um die Erfahrung reicher, dass man nicht aus jeder Ecke am Bike ein kleines Designwunder machen muss – vielmehr tut es gut, sich auf den stimmigen Gesamteindruck konzentrieren zu können.“ Mut zum Verzicht war dabei wesentlich: „Wir haben mit der neuen Horex versucht, die Essenz des Motorrads zu gestalten.“

Symbiose von Mensch und Maschine

Prägend für das Erscheinungsbild der neuen Horex sind zwei wesentliche optische Merkmale: Zum einen dominieren lang gestreckte, horizontale Linien, die über und durch das Motorrad



verlaufen – allen voran die Linie, die den Tank vom Brückenrahmen trennt. Sie machen das Design im Wortsinn geradlinig, technisch und klar. Im beabsichtigten Kontrast dazu stehen die runden, organischen Formen des markant ausgearbeiteten Leder-sattels. Durch die zur Sitzbank stark verjüngte Tankform erlaubt die neue Horex einen optimalen Knieschluss, der Fahrer kann förmlich mit dem Motorrad verschmelzen. „Im Mittelpunkt stand für uns eine ergonomische Sitzposition, die dem Menschen optimale Kontrolle und Fahrspaß mit Allroundqualitäten ermöglicht“, erläutert Naumann. „Der komfortabel ausgeformte Sattel und die Sitzbank mit ihrem Soziusplatz ist eine Einladung an Fahrer und Beifahrer, *in*, nicht *auf* der Maschine Platz zu nehmen.“

Klare Hierarchie der Design-Elemente

Nicht nur technisch, auch optisch ist der VR-Sechszylinder das Herz der neuen Horex. Mit der ungewöhnlichen Führung des Aluminium-Brückenrahmens um den Motor sorgt das Design dafür, dass dieses Herzstück auch von allen Seiten sichtbar ist. „Der Motor wird regelrecht umrahmt, um ihn auszustellen, seine Einzigartigkeit und Kraft zu zelebrieren“, so Naumann. Diese visuelle Aufgabe übernehmen auch die sechs Krümmer und die drei schlanken Endtöpfe. Die Stilistik des gesamten Motorrads leitet sich aus der Dominanz des Antriebsaggregats ab – alle weiteren Design-Elemente ordnen sich klar in diese Hierarchie ein: Neben dem Brückenrahmen sind dies die auffälligen Kotflügel über Vorder- und Hinterrad, der große Rundscheinwerfer mit Instrumenten-Cockpit, das auf die Flugzeugtradition verweist, und schließlich das die Seitenansichten prägende Horex Kreuz, das Rahmen und Zentralfederbein stabil mit der Sitzbank verbindet.

Abgerundet wird das Erscheinungsbild durch die gezielte Entscheidung für ein traditionelles Farbspektrum – Silber auf Tank



und Kotflügel, Anthrazit am Rahmen, Mattschwarz rund um den Motor, Braun für die Sitzbank – und den Einsatz hochwertiger Materialien sowie edler Oberflächen. Damit und mit dem konsequenten Verzicht auf überflüssige Kunststoffteile lässt das Designerteam die ästhetische Qualität klassischer Motorrad-Ikonen in der neuen Horex bewusst wiederaufleben.

Ganz und gar „neue Horex“ in vielen Details

Die neue Marke Horex ist in liebevollen, markentypischen Details an der gesamten Maschine zu entdecken. Der erste Blick fällt dabei auf das an beiden Tankseiten prominent platzierte Markenzeichen: Das behutsam modernisierte Horex Logo sitzt exakt auf der so genannten Tanklinie und schafft eine optische Verbindung zwischen Tank und Brückenrahmen – ein starkes Design-Element, das ab sofort auch den visuellen Gesamtauftritt der neuen Horex GmbH prägt. Horex Schriftzüge finden sich rund um den Motor auf mattierten Zierdeckeln, ebenso einzelne, für die Marke wichtige Buchstaben: das V in Chrom als Symbol der Zylinderanordnung und das Horex H im leuchtenden Rot des Rücklichts.

„Das gesamte Design macht unsere Idee von der neuen Marke Horex erlebbar“, fasst CEO Clemens Neese zusammen. „Wir haben einen klaren Helden – den VR6-Motor – und umgeben ihn mit selbstbewussten Linien und wirkungsvollen Details. Insgesamt bringen wir damit ein ebenso sinnliches wie exklusives Motorrad auf den Markt, das meine Vorstellung von der Unverwechselbarkeit und Nachhaltigkeit unserer neuen Horex perfekt vermittelt.“

HOREX PR

16. September 2011